

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Aerostreet merupakan perusahaan industri yang bergerak di bidang alas kaki atau sepatu, didirikan pada tahun 2015 oleh Adhitya Caesarico yang memiliki pusat produksi di daerah Klaten Jawa Tengah. Berawal dari memproduksi sepatu sekolah saja, Aerostreet berinovasi untuk memperluas pasar dengan memproduksi sepatu fashion. Nama Aerostreet diambil dari nama pemiliknya sendiri yaitu “Aero” dari “Caesarico” serta “street” yang artinya “jalan” yang memiliki kesinambungan dengan sebuah produk sepatu.



Gambar 4.1 Logo Aerostreet

Sumber Instagram @aerostreet

Aerostreet mulai aktif di platform media sosial serta jual beli online pada november 2019, sejak saat itu penjualan Aerostreet mulai meningkat 5 kali lipat. Shoope menjadi platform jual beli online pertama yang Aerostreet jajaki serta media sosial instagran yang menjadi tempat promosi Aerostreet. Pada tahun 2021 Aerostreet melakukan gebrakan baru dengan strategi kolaborasi, grup musik Endank Soekamti adalah kolaborasi pertama dengan

Aerostreet dan dilanjutkan dengan artis artis dan produk makanan di Indonesia, ditahun yang sama Aerostreet juga mengeluarkan produk fashion lainnya seperti baju, jaket serta sandal untuk menarik lebih konsumen di Indonesia. Inovasi Aerostreet ini mengundang perhatian konsumen Indonesia yang mulai melirik brand sepatu lokal satu ini.

Aerostreet secara perlahan menjadi salah satu brand sepatu lokal yang sangat diminati serta dapat bersaing dengan kompetitor. Aerostreet telah berhasil menembus pasar dan produk sepatunya sudah banyak yang membeli diluar wilayah Indonesia seperti Malaysia. Adhitya Caesarico awalnya membuat Aerostreet karna ingin melihat kebutuhan sekunder masyarakat Indonesia khususnya berupa sepatu terpenuhi atau skiranya dapat dijangkau oleh seluruh lapisan masyarakat Indonesia. Seperti slogan dari Aerostreet *“Now everyone can buy a good shoes,”* itulah yang menjadi harapan Adhitya bahwa semua masyarakat Indonesia dari kalangan manapun, dapat membeli sepatu berkualitas dengan harga yang terjangkau.

4.1.1 Hasil Kolaborasi Aerostreet dengan KFC



Gambar 4.2 Sepatu kolaborasi Aerostreet dengan KFC
Sumber Corousell

Sepatu kolaborasi antara Aerostreet dengan KFC ini memiliki dua varian warna, yaitu putih dan merah, kedua varian sepatu ini memiliki desain dengan corak ayam goreng khas KFC. Detail sepatu ini sangat menampilkan ciri khas dari KFC sendiri seperti di bagian samping kanan kiri sepatu yang terdapat tulisan *Kentucky Fried Chicken* yang merujuk pada ayam goreng, serta gambar wajah yang sudah tidak asing bagi para penikmat ayam goreng KFC yaitu gambar wajah pencipta pertama kali resep KFC, Kolonel Harland David Sanders. Sepatu ini pertama kali dirilis di media secara langsung ke masyarakat melewati media sosial pada tanggal 28 Agustus 2023. Aerostreet menetapkan bandrol harga senilai 189.900 pada sepatu ini, dilansir dari akun Instagram @aerostreet postingan tanggal 27 Agustus 2023

4.2 Hasil Penelitian

4.2.1 Identitas Responden

Penelitian ini dilakukan terhadap 48 responden, penelitian ini dilakukan dengan cara menyebarkan berupa kuesioner kepada responden secara online melalui Google Form. Untuk mengetahui berupa gambaran responden followers akun instagram @aerostreet. Peneliti membagi beberapa kategori sebagai berikut :

Tabel 4.1 Jenis Kelamin

| No | Jenis Kelamin | Frekuensi | Presentasi |
|----|---------------|-----------|------------|
| 1 | Laki-laki | 30 | 62,5% |
| 2 | Perempuan | 18 | 37,5% |
| | Jumlah | 48 | 100% |

Sumber hasil penelitian

Tabel 4.2 Usia

| No | Usia | Frekuensi | Presentasi |
|--------|-------|-----------|------------|
| 1 | 15-20 | 3 | 6,3% |
| 2 | 21-25 | 29 | 60,4% |
| 3 | 26-30 | 14 | 29,2% |
| 4 | 30> | 2 | 4,2 % |
| Jumlah | | 48 | 100% |

Sumber hasil penelitian

Berdasarkan data usia ditabel 4.2, dari seluruh responden sebanyak 48 orang dengan data 100%, didapatkan data sebanyak 3 orang yang berusia 15-20 tahun dengan presentasi 6,3%, berikutnya di usia 26-25 tahun mendapatkan data sebanyak 29 dengan presentasi (60.4%), dengan usia 25-30 tahun mendapatkan data sebanyak 14 dengan presentasi (29.2%), dengan usia 30 mendapatkan 2 dengan presentasi 4,2 %. Maka dapat dengan data tersebut usia terbanyak adalah 21-25.

4.2.2 Pernyataan Variabel X (Pengaruh *Co – Branding*)

Untuk mengetahui dari keseluruhan pertanyaan responden mengenai *Co - Branding* (variable X) maka peneliti mengajukan sebanyak 22 pertanyaan kepada 48 responden yang merupakan followers dari akun instagram @aerostreet. Pada kuesioner ini memiliki empat kategori berdasarkan sebuah pendapat (pernyataan) responden, yaitu Sangat Tidak Setuju (STS), Tidak Setuju (TS), Setuju(S) dan Sangat Setuju (SS). Masing- masing dari kategori tersebut diberi nilai 1 untuk Sangat Tidak Setuju,2 untuk Tidak Setuju ,3 untuk Setuju dan 4 untuk Sangat Tidak Setuju. Berikut hasil penelitian frekuensi jawaban dari para responden untuk masing-masing pernyataan pada variabel (X) yaitu *Co - Branding* dapat dilihat dari beberapa sub indikator sebagai berikut:

a. Kesadar merek yang memadai

Tabel 4.3

Responden mengetahui *brand* sepatu lokal Aerostreet melalui media sosial *Instagram*

| Pertanyaan | Frekuensi | Presentasi |
|---------------------|------------------|-------------------|
| Sangat Tidak Setuju | 1 | 2,1% |
| Tidak Setuju | 2 | 4,2% |
| Setuju | 18 | 37,5% |
| Sangat Setuju | 27 | 56,3% |
| Total | 48 | 100% |

Sumber: hasil penelitian

Berdasarkan dari table 4.3, menunjukkan bahwa responden paling banyak menyatakan Sangat Setuju (SS) sebanyak 27 orang (56,3%), responden yang menyatakan Setuju (S) sebanyak 18 orang (37,5%), Tidak Setuju (TS) sebanyak 2 orang (4,2%), dan Sangat Tidak Setuju (STS) sebanyak 1 orang(2,1%). Maka dapat disimpulkan jawaban yang paling dominan adalah jawaban Sangat Setuju bahwa para responden mengetahui brand sepatu Aerostreet melalui media sosial *Instagram*

Tabel 4.4

Responden mengetahui hasil produk kolaborasi *brand* antara Aerostreet dengan KFC melalui media sosial *instagram*

| Pertanyaan | Frekuensi | Presentasi |
|---------------------|------------------|-------------------|
| Sangat Tidak Setuju | 1 | 2,1.% |
| Tidak Setuju | 1 | 2.1% |
| Setuju | 26 | 54,2% |
| Sangat Setuju | 20 | 41,7% |
| Total | 48 | 100% |

Berdasarkan dari table 4.4, menunjukkan bahwa responden paling banyak menyatakan setuju (S) sebanyak 26 orang (54,2%), responden yang menyatakan Sangat Setuju (SS) sebanyak 20 orang (41,7%), Tidak Setuju (TS) sebanyak 1 orang (2,1%), dan

Sangat Tidak Setuju (STS) sebanyak 1 orang (2,1%) Maka dapat disimpulkan jawaban yang paling dominan adalah jawaban setuju bahwa para responden mengetahui hasil produk kolaborasi brand antara Aerostreet dengan KFC melalui media sosial *Instagram*.

Tabel 4.5

Responden merasa lebih familiar dengan *brand* sepatu lokal Aerostreet dibandingkan dengan produk sepatu lokal lainnya

| Pertanyaan | Frekuensi | Presentasi |
|---------------------|------------------|-------------------|
| Sangat Tidak Setuju | 0 | 0% |
| Tidak Setuju | 3 | 6.3% |
| Setuju | 25 | 52,1% |
| Sangat Setuju | 20 | 41,7% |
| Total | 48 | 100% |

Berdasarkan dari tabel 4.5 menunjukkan bahwa responden paling banyak menyatakan setuju (S) sebanyak 26 orang (54,2%), responden yang menyatakan Sangat Setuju (SS) sebanyak 20 orang (41,7%), Tidak Setuju (TS) sebanyak 1 orang (2,1%), dan Sangat Tidak Setuju (STS) 1 orang (2,1%) Maka dapat disimpulkan jawaban yang paling dominan adalah jawaban setuju bahwa para responden merasa lebih familiar dengan brand sepatu lokal Aerostreet dibandingkan dengan produk sepatu lokal lainnya

Tabel 4.6

Responden merasa lebih *familiar* produk sepatu kolaborasi Aerostreet dengan KFC, dibandingkan dengan produk sepatu kolaborasi *brand* sepatu lokal lainnya

| Pertanyaan | Frekuensi | Presentasi |
|---------------------|------------------|-------------------|
| Sangat Tidak Setuju | 3 | 6,3.% |
| Tidak Setuju | 6 | 12.5% |
| Setuju | 19 | 39,6% |
| Sangat Setuju | 20 | 41,7% |
| Total | 48 | 100% |

Berdasarkan dari tabel 4.6 menunjukkan bahwa responden paling banyak menyatakan Sangat Setuju (SS) sebanyak

20 orang (41,7%), responden yang menyatakan Setuju (S) sebanyak 19 orang (39,6%), Tidak Setuju (TS) sebanyak 6 orang (12,5%), dan Sangat Tidak Setuju (STS) 3 orang (6,3%) Maka dapat disimpulkan jawaban yang paling dominan adalah jawaban Sangat Setuju bahwa para responden merasa lebih *familiar* produk sepatu kolaborasi Aerostreet dengan KFC, dibandingkan dengan produk sepatu kolaborasi *brand* sepatu lokal lainnya

B. Merek yang cukup kuat

Tabel 4.7

Responden selalu mengingat *brand* sepatu lokal Aerostreet

| Pertanyaan | Frekuensi | Presentasi |
|---------------------|-----------|------------|
| Sangat Tidak Setuju | 0 | 0.0% |
| Tidak Setuju | 7 | 14,6% |
| Setuju | 22 | 45,8% |
| Sangat Setuju | 19 | 39,6% |
| Total | 48 | 100% |

Berdasarkan dari tabel 4.7 menunjukkan bahwa responden paling banyak menyatakan Setuju (S) sebanyak 22 orang (45,8%), responden yang menyatakan Sangat Setuju (SS) sebanyak 19 orang (39,6%), Tidak Setuju (TS) sebanyak 7 orang (14,6%), dan Setuju Tidak Setuju (STS) ada. Maka dapat disimpulkan jawaban yang paling dominan adalah jawaban Setuju bahwa para responden merasa selalu mengingat *brand* sepatu lokal Aerostreet

Tabel 4.8

Responden selalu megingat hasil produk sepatu kolaborasi antara *brand* Aerostreet degan KFC

| Pertanyaan | Frekuensi | Presentasi |
|---------------------|-----------|------------|
| Sangat Tidak Setuju | 0 | 0.0% |
| Tidak Setuju | 3 | 6,3% |
| Setuju | 27 | 56,3% |
| Sangat Setuju | 18 | 37,5% |
| Total | 48 | 100% |

Berdasarkan dari tabel 4.8 menunjukkan bahwa responden paling banyak menyatakan Setuju (S) sebanyak 27 orang (56,3%), responden yang menyatakan Sangat Setuju (SS) sebanyak 18 orang (37,5%), Tidak Setuju (TS) sebanyak 3 orang (6,3%), dan Sangat Tidak Setuju (STS) tidak ada. Maka dapat disimpulkan jawaban yang paling dominan adalah jawaban Setuju bahwa para responden merasa selalu mengingat kolaborasi produk antara *brand* sepatu Aerostreet dengan KFC

Tabel 4.9

Responden menyebutkan hasil produk kolaborasi *brand* sepatu lokal Aerostreet dengan KFC sebagai kolaborasi *brand* pertama yang muncul dalam benak saya.

| Pertanyaan | Frekuensi | Presentasi |
|---------------------|------------------|-------------------|
| Sangat Tidak Setuju | 1 | 2,1.% |
| Tidak Setuju | 4 | 8,3% |
| Setuju | 23 | 47,9% |
| Sangat Setuju | 20 | 41,7% |
| Total | 48 | 100% |

Berdasarkan dari tabel 4.9 menunjukkan bahwa responden paling banyak menyatakan Setuju (S) sebanyak 23 orang (47,9%), responden yang menyatakan Sangat Setuju (SS) sebanyak 20 orang (41,7%), Tidak Setuju (TS) sebanyak 4 orang (8,3%), dan Sangat tidak setuju (STS) sebanyak 1 orang (2,1%). Maka dapat disimpulkan jawaban yang paling dominan adalah jawaban Setuju bahwa para responden merasa menyebutkan hasil produk kolaborasi *brand* sepatu lokal Aerostreet dengan KFC sebagai kolaborasi brand pertama yang muncul dalam benak saya.

Tabel 4.10

Responden memikirkan hasil produk sepatu kolaborasi *brand* Aerostreet dengan KFC ketika saya menggunakan produk sepatu hasil kolaborasi *brand* lain.

| Pertanyaan | Frekuensi | Presentasi |
|---------------------|------------------|-------------------|
| Sangat Tidak Setuju | 2 | 4,2.% |
| Tidak Setuju | 8 | 16,7% |
| Setuju | 23 | 47,9% |
| Sangat Setuju | 15 | 31,3% |
| Total | 48 | 100% |

Berdasarkan dari tabel 4.10 menunjukkan bahwa responden paling banyak menyatakan Setuju (S) sebanyak 23 orang (47,9%), responden yang menyatakan Sangat Setuju (SS) sebanyak 15 orang (31,3%), Tidak Setuju (TS) sebanyak 8 orang (16,3%), dan Sangat tidak setuju (STS) sebanyak 2 orang (4,2%). Maka dapat disimpulkan jawaban yang paling dominan adalah jawaban Setuju bahwa para responden merasa memikirkan produk sepatu hasil kolaborasi *brand* Aerostreet dengan KFC ketika saya menggunakan produk seaptu hasil kolaborasi *brand* lain.

C. Menguntungkan

Tabel 4.11

Responden menyukai hasil produk sepatu kolaborasi *brand* Aerostreet dengan KFC

| Pertanyaan | Frekuensi | Presentasi |
|---------------------|------------------|-------------------|
| Sangat Tidak Setuju | 0 | 0.% |
| Tidak Setuju | 2 | 4,2% |
| Setuju | 21 | 43,8% |
| Sangat Setuju | 25 | 52,1% |
| Total | 48 | 100% |

Berdasarkan dari tabel 4.11 menunjukkan bahwa responden paling banyak menyatakan Sangat Setuju (SS) sebanyak 25 orang (52,1%), responden yang menyatakan Setuju (S) sebanyak 21 orang (43,8%), Tidak Setuju (TS) sebanyak 2 orang (4,2%), dan

Sangat Tidak Setuju (STS) tidak ada. Maka dapat disimpulkan jawaban yang paling dominan adalah jawaban Sangat Setuju bahwa para responden merasa menyukai hasil produk sepatu kolaborasi *brand* Aerostreet dengan KFC

Tabel 4.12
Responden menyukai desain sepatu dari produk kolaborasi Aerostreet dengan KFC

| Pertanyaan | Frekuensi | Presentasi |
|---------------------|------------------|-------------------|
| Sangat Tidak Setuju | 0 | 0.0% |
| Tidak Setuju | 3 | 6,3% |
| Setuju | 25 | 52,1% |
| Sangat Setuju | 20 | 41,7% |
| Total | 48 | 100% |

Berdasarkan dari tabel 4.12 menunjukkan bahwa responden paling banyak menyatakan Setuju (S) sebanyak 25 orang (52,1%), responden yang menyatakan Sangat Setuju (SS) sebanyak 20 orang (41,7%), Tidak Setuju (TS) sebanyak 3 orang (6,3%), dan Sangat Tidak Setuju (STS) tidak ada. Maka dapat disimpulkan jawaban yang paling dominan adalah jawaban Setuju bahwa para responden merasa Saya menyukai desain sepatu dari produk kolaborasi Aerostreet dengan KFC.

Tabel 4.13
Responden sangat merasa puas dari hasil produk sepatu kolaborasi Aerostreet dengan KFC

| Pertanyaan | Frekuensi | Presentasi |
|---------------------|------------------|-------------------|
| Sangat Tidak Setuju | 0 | 0.0% |
| Tidak Setuju | 2 | 4,2% |
| Setuju | 23 | 47,9% |
| Sangat Setuju | 23 | 47,9% |
| Total | 48 | 100% |

Berdasarkan dari tabel 4.13 menunjukkan bahwa responden paling banyak menyatakan Setuju (S) dan Sangat Setuju (SS) memperoleh frekuensi yang sama sebanyak masing masing 23

orang (47,9%), Tidak Setuju (TS) sebanyak 2 orang (4,2%), dan Sangat Tidak Setuju (STS) tidak ada. Maka dapat disimpulkan jawaban yang paling dominan adalah jawaban Setuju dan Sangat Setuju bahwa para responden merasa puas dari hasil produk sepatu kolaborasi Aerostreet dengan KFC.

Tabel 4.14

Responden merasa puas setelah saya membeli hasil produk sepatu kolaborasi Aerostreet dengan KFC

| Pertanyaan | Frekuensi | Presentasi |
|---------------------|------------------|-------------------|
| Sangat Tidak Setuju | 0 | 0.% |
| Tidak Setuju | 3 | 6,3% |
| Setuju | 23 | 47,9% |
| Sangat Setuju | 22 | 45,8% |
| Total | 48 | 100% |

Berdasarkan dari tabel 4.14 menunjukkan bahwa responden paling banyak menyatakan Setuju (S) sebanyak 23 orang (47,9%), responden yang menyatakan Sangat Setuju (SS) sebanyak 22 orang (45,8%), Tidak Setuju (TS) sebanyak 3 orang (6,3%), dan Sangat Tidak Setuju (STS) tidak ada. Maka dapat disimpulkan jawaban yang paling dominan adalah jawaban Setuju bahwa para responden merasa puas setelah saya membeli hasil produk sepatu kolaborasi Aerostreet dengan KFC

d. Penggabungan yang unik

Tabel 4.15

Responden merasa *brand* Aerostreet memberikan hal baru lewat kolaborasi *brand* didalam industri sepatu

| Pertanyaan | Frekuensi | Presentasi |
|---------------------|------------------|-------------------|
| Sangat Tidak Setuju | 1 | 2,1.% |
| Tidak Setuju | 1 | 2,1% |
| Setuju | 24 | 50% |
| Sangat Setuju | 22 | 45,8% |
| Total | 48 | 100% |

Berdasarkan dari table 4.15 menunjukkan bahwa responden paling banyak menyatakan setuju (S) sebanyak 24 orang (50%), responden yang menyatakan Sangat Setuju (SS) sebanyak 22 orang (45,8%), Tidak Setuju (TS) sebanyak 1 orang (2,1%), dan Sangat tidak Setuju Sebanyak (STS) 1 orang (2,1%) Maka dapat disimpulkan jawaban yang paling dominan adalah jawaban setuju bahwa para responden merasa brand Aerostreet memberikan hal baru lewat kolaborasi *brand* didalam industri sepatu.

Tabel 4.16

Responden merasa kolaborasi antara *brand* sepatu dengan brand makanan cepat saji adalah sesuatu yang baru

| Pertanyaan | Frekuensi | Presentasi |
|---------------------|------------------|-------------------|
| Sangat Tidak Setuju | 3 | 6,3.% |
| Tidak Setuju | 0 | 0% |
| Setuju | 22 | 45,8% |
| Sangat Setuju | 23 | 47,9% |
| Total | 48 | 100% |

Berdasarkan dari tabel 4.16 menunjukkan bahwa responden paling banyak menyatakan Sangat Setuju (SS) sebanyak 23 orang (47.9%), responden yang menyatakan Setuju (S) sebanyak 22 orang (45,8%), Tidak Setuju (TS) tidak ada, dan Sangat Tidak Setuju (STS) sebanyak 3 orang (6,3%) Maka dapat disimpulkan jawaban yang paling dominan adalah jawaban Sangat Setuju bahwa para responden merasa kolaborasi antara *brand* sepatu dengan brand makanan cepat saji adalah sesuatu yang baru

Tabel 4.17
Responden merasa hasil produk sepatu kolaborasi *brand* Aerostreet dengan KFC adalah kolaborasi *brand* yang sangat unik.

| Pertanyaan | Frekuensi | Presentasi |
|---------------------|------------------|-------------------|
| Sangat Tidak Setuju | 0 | 0.% |
| Tidak Setuju | 1 | 2,1% |
| Setuju | 21 | 43,8% |
| Sangat Setuju | 26 | 54,2% |
| Total | 48 | 100% |

Berdasarkan dari table 4.17 menunjukkan bahwa responden paling banyak menyatakan Sangat Setuju (SS) sebanyak 26 orang (54.2%), responden yang menyatakan Setuju (S) sebanyak 21 orang (43,8%), Tidak Setuju (TS) sebanyak 1 orang (2,1%) dan Sangat Tidak Setuju (STS) tidak ada. Maka dapat disimpulkan jawaban yang paling dominan adalah jawaban Sangat Setuju bahwa para responden merasa hasil produk sepatu kolaborasi *brand* Aerostreet dengan KFC adalah kolaborasi *brand* yang sangat unik.

Tabel 4.18
Responden merasa *brand* Aerostreet memberikan keunikannya tersendiri lewat strategi kolaborsinya dengan *brand* lain

| Pertanyaan | Frekuensi | Presentasi |
|---------------------|------------------|-------------------|
| Sangat Tidak Setuju | 0 | 0.% |
| Tidak Setuju | 1 | 2,1% |
| Setuju | 25 | 52,1% |
| Sangat Setuju | 22 | 45,8% |
| Total | 48 | 100% |

Berdasarkan dari table 4.18 menunjukkan bahwa responden paling banyak menyatakan setuju (S) sebanyak 25 orang (52,1%), responden yang menyatakan Sangat Setuju (SS) sebanyak 22 orang (45,8%), Tidak Setuju (TS) sebanyak 1 orang (2,1%), dan Sangat tidak Setuju Sebanyak (STS) tidak ada. Maka dapat

disimpulkan jawaban yang paling dominan adalah jawaban setuju bahwa para responden merasa *brand* Aerostreet memberikan keunikannya tersendiri lewat strategi kolaborasinya dengan *brand* lain

E. Penilaian konsumen yang positif

Tabel 4.19

Responden merasa sepatu Aerostreet memiliki kualitas yang bagus

| Pertanyaan | Frekuensi | Presentasi |
|---------------------|-----------|------------|
| Sangat Tidak Setuju | 0 | 0% |
| Tidak Setuju | 2 | 4,2% |
| Setuju | 30 | 62,5% |
| Sangat Setuju | 16 | 33,3% |
| Total | 48 | 100% |

Berdasarkan dari table 4.19 menunjukkan bahwa responden paling banyak menyatakan setuju (S) sebanyak 30 orang (62,5%), responden yang menyatakan Sangat Setuju (SS) sebanyak 16 orang (33,3%), Tidak Setuju (TS) sebanyak 1 orang (2,1%), dan Sangat tidak Setuju Sebanyak (STS) tidak ada. Maka dapat disimpulkan jawaban yang paling dominan adalah jawaban setuju bahwa para responden merasa sepatu Aerostreet memiliki kualitas yang bagus.

Tabel 4.20

Responden merasa hasil produk sepatu kolaborasi Aerostreet dengan KFC memiliki kualitas yang bagus

| Pertanyaan | Frekuensi | Presentasi |
|---------------------|-----------|------------|
| Sangat Tidak Setuju | 0 | 0% |
| Tidak Setuju | 3 | 6,3% |
| Setuju | 22 | 45,8% |
| Sangat Setuju | 23 | 47,9% |
| Total | 48 | 100% |

Berdasarkan dari table 4.20 menunjukkan bahwa responden paling banyak menyatakan Sangat Setuju (SS) sebanyak

23 orang (47.9%), responden yang menyatakan Setuju (S) sebanyak 22 orang (45,8%), Tidak Setuju (TS) sebanyak 3 orang (6,3%) dan Sangat Tidak Setuju (STS) tidak ada. Maka dapat disimpulkan jawaban yang paling dominan adalah jawaban Sangat Setuju bahwa para responden merasa hasil produk sepatu kolaborasi Aerostreet dengan KFC memiliki kualitas yang bagus

Tabel 4.21

Responden merasa percaya sepatu Aerostreet memiliki kualitas yang tidak kalah dengan kompetitor

| Pertanyaan | Frekuensi | Presentasi |
|---------------------|------------------|-------------------|
| Sangat Tidak Setuju | 0 | 0.0% |
| Tidak Setuju | 2 | 4,2% |
| Setuju | 29 | 60,4% |
| Sangat Setuju | 17 | 35,4% |
| Total | 48 | 100% |

Berdasarkan dari table 4.21 menunjukkan bahwa responden paling banyak menyatakan setuju (S) sebanyak 29 orang (60,4%), responden yang menyatakan Sangat Setuju (SS) sebanyak 17 orang (35,4%), Tidak Setuju (TS) sebanyak 2 orang (4,2%), dan Sangat Tidak Setuju (STS) tidak ada. Maka dapat disimpulkan jawaban yang paling dominan adalah jawaban Setuju bahwa para responden merasa percaya sepatu Aerostreet memiliki kualitas yang tidak kalah dengan kompetitor

Tabel 4.22

Responden percaya hasil kolaborasi produk sepatu antara Aerostreet dengan KFC memiliki kualitas yang bagus dibandingkan dengan kompetitor

| Pertanyaan | Frekuensi | Presentasi |
|---------------------|------------------|-------------------|
| Sangat Tidak Setuju | 0 | 0.0% |
| Tidak Setuju | 3 | 6,3% |
| Setuju | 30 | 62,5% |
| Sangat Setuju | 15 | 31,3% |
| Total | 48 | 100% |

Berdasarkan dari table 4.22 menunjukkan bahwa responden paling banyak menyatakan setuju (S) sebanyak 30 orang (62,5%), responden yang menyatakan Sangat Setuju (SS) sebanyak 15 orang (31,3%), Tidak Setuju (TS) sebanyak 3 orang (6,3%), dan Sangat tidak Setuju Sebanyak (STS) tidak ada. Maka dapat disimpulkan jawaban yang paling dominan adalah jawaban setuju bahwa para responden percaya hasil kolaborasi produk sepatu antara Aerostreet dengan KFC memiliki kualitas yang bagus dibandingkan dengan competitor.

F. Respon Konsumen yang positif

Tabel 4.23

Responden merasa kebutuhan fashion saya terpenuhi setelah menggunakan produk sepatu hasil kolaborasi Aerostreet dengan KFC

| Pertanyaan | Frekuensi | Presentasi |
|---------------------|------------------|-------------------|
| Sangat Tidak Setuju | 0 | 0% |
| Tidak Setuju | 0 | 0% |
| Setuju | 27 | 56,3% |
| Sangat Setuju | 21 | 43,8% |
| Total | 48 | 100% |

Berdasarkan dari table 4.23 menunjukkan bahwa responden paling banyak menyatakan setuju (S) sebanyak 27 orang (56,3%), responden yang menyatakan Sangat Setuju (SS) sebanyak 21 orang (45,8%), Tidak Setuju (TS) tidak ada dan Sangat Tidak Setuju (STS) tidak ada. Maka dapat disimpulkan jawaban yang paling dominan adalah jawaban Setuju bahwa para responden merasa kebutuhan fashion saya terpenuhi setelah menggunakan produk sepatu hasil kolaborasi Aerostreet dengan KFC.

Tabel 4.24

Responden merasa mendapatkan pengalaman baru ketika menggunakan produk sepatu hasil kolaborasi Aerostreet dengan KFC

| Pertanyaan | Frekuensi | Presentasi |
|---------------------|------------------|-------------------|
| Sangat Tidak Setuju | 1 | 2,1% |
| Tidak Setuju | 2 | 4,2% |
| Setuju | 24 | 50% |
| Sangat Setuju | 21 | 43,8% |
| Total | 48 | 100% |

Berdasarkan dari table 4.24 menunjukkan bahwa responden paling banyak menyatakan setuju (S) sebanyak 24 orang (50%), responden yang menyatakan Sangat Setuju (SS) sebanyak 21 orang (45,8%), Tidak Setuju (TS) sebanyak 2 orang (4,2%) dan Sangat Tidak Setuju (STS) 1 orang (2,1%). Maka dapat disimpulkan jawaban yang paling dominan adalah jawaban Setuju bahwa para responden merasa mendapatkan pengalaman baru ketika menggunakan produk sepatu hasil kolaborasi Aerostreet dengan KFC.

4.2.3 Pernyataan Variabel Y (Keputusan Pembeli)

Untuk mengetahui dari keseluruhan pertanyaan responden mengenai Keputusan pembeli (variable Y) maka peneliti mengajukan sebanyak 16 pertanyaan kepada 48 responden yang merupakan followers dari akun instagram @aerostreet. Pada kuesioner ini memiliki empat kategori berdasarkan sebuah pendapat (pernyataan) responden, yaitu Sangat Tidak Setuju (STS), Tidak Setuju (TS), Setuju(S) dan Sangat Setuju (SS). Masing- masing dari kategori tersebut diberi nilai 1 untuk Sangat Tidak Setuju,2 untuk Tidak Setuju ,3 untuk Setuju dan 4 untuk Sangat Tidak Setuju. Berikut hasil penelitian frekuensi jawaban dari para responden untuk masing-masing pernyataan pada variabel (Y) yaitu Keputusan Pembeli dapat dilihat dari beberapa sub indikator sebagai berikut:

a. Problem Recognition

Tabel 4.25

Responden tertarik membeli produk sepatu hasil kolaborasi *brand* Aeorostreet dengan KFC, karena rekomendasi atau testimoni dari orang lain

| Pertanyaan | Frekuensi | Presentasi |
|---------------------|------------------|-------------------|
| Sangat Tidak Setuju | 1 | 2,1% |
| Tidak Setuju | 4 | 8,3% |
| Setuju | 28 | 58,3% |
| Sangat Setuju | 15 | 31,3% |
| Total | 48 | 100% |

Berdasarkan dari table 4.25 menunjukkan bahwa responden paling banyak menyatakan setuju (S) sebanyak 28 orang (58,3%), responden yang menyatakan Sangat Setuju (SS) sebanyak 15 orang (31,3%), Tidak Setuju (TS) sebanyak 4 orang (8,3%) dan Sangat Tidak Setuju (STS) 1 orang (2,1%). Maka dapat disimpulkan jawaban yang paling dominan adalah jawaban Setuju bahwa para responden tertarik membeli produk sepatu hasil kolaborasi *brand* Aeorostreet dengan KFC, karena rekomendasi atau testimoni dari orang lain

Tabel 4.26

Responden merasa tertarik membeli hasil produk sepatu kolaborasi Aerostreet dengan KFC, Setelah melihat produk di Instagram

| Pertanyaan | Frekuensi | Presentasi |
|---------------------|------------------|-------------------|
| Sangat Tidak Setuju | 0 | 0% |
| Tidak Setuju | 2 | 4,2% |
| Setuju | 29 | 60,4% |
| Sangat Setuju | 17 | 35,4% |
| Total | 48 | 100% |

Berdasarkan dari table 4.26 menunjukkan bahwa responden paling banyak menyatakan setuju (S) sebanyak 29 orang (60,4%), responden yang menyatakan Sangat Setuju (SS) sebanyak

17 orang (35,4%), Tidak Setuju (TS) sebanyak 2 orang (4,2%), dan Sangat Tidak Setuju (STS) tidak ada. Maka dapat disimpulkan jawaban yang paling dominan adalah jawaban Setuju bahwa para responden merasa tertarik membeli hasil produk sepatu kolaborasi Aerostreet dengan KFC, Setelah melihat produk di Instagram

b. Information search

Tabel 4.27

Sebelum membeli, responden mencari informasi produk sepatu kolaborasi Aerostreet dengan KFC di media sosial

| Pertanyaan | Frekuensi | Presentasi |
|---------------------|------------------|-------------------|
| Sangat Tidak Setuju | 0 | 0% |
| Tidak Setuju | 4 | 8,3% |
| Setuju | 21 | 43,8% |
| Sangat Setuju | 23 | 47,9% |
| Total | 48 | 100% |

Berdasarkan dari tabel 4.27 menunjukkan bahwa responden paling banyak menyatakan Sangat Setuju (SS) sebanyak 23 orang (47.9%), responden yang menyatakan Setuju (S) sebanyak 21 orang (43,8%), Tidak Setuju (TS) sebanyak 4 orang (8,3%) dan Sangat Tidak Setuju (STS) tidak ada Maka dapat disimpulkan jawaban yang paling dominan adalah jawaban Sangat Setuju bahwa para responden sebelum membeli, saya mencari informasi produk sepatu kolaborasi Aerostreet dengan KFC di media sosial

Tabel 4.28

Sebelum membeli, responden mencari informasi produk sepatu kolaborasi Aerosreet dengan KFC melalui kerabat, teman, dan testimoni

| Pertanyaan | Frekuensi | Presentasi |
|---------------------|------------------|-------------------|
| Sangat Tidak Setuju | 0 | 0% |
| Tidak Setuju | 5 | 10,4% |
| Setuju | 24 | 50% |
| Sangat Setuju | 19 | 39,6% |
| Total | 48 | 100% |

Berdasarkan dari tabel 4.28 menunjukkan bahwa responden paling banyak menyatakan setuju (S) sebanyak 24 orang (50%), responden yang menyatakan Sangat Setuju (SS) sebanyak 19 orang (39,6%), Tidak Setuju (TS) sebanyak 5 orang (10,4%), dan Sangat Tidak Setuju (STS) tidak ada. Maka dapat disimpulkan jawaban yang paling dominan adalah jawaban Setuju bahwa para responden sebelum membeli, saya mencari informasi produk sepatu kolaborasi Aerosreet dengan KFC melalui kerabat, teman, dan testimoni

Tabel 4.29

Responden mengetahui brand sepatu lokal Aerostreet melalui akun instagram @aerostreet

| Pertanyaan | Frekuensi | Presentasi |
|---------------------|------------------|-------------------|
| Sangat Tidak Setuju | 0 | 0% |
| Tidak Setuju | 3 | 6,3% |
| Setuju | 24 | 50% |
| Sangat Setuju | 21 | 43,8% |
| Total | 48 | 100% |

Berdasarkan dari table 4.29 menunjukkan bahwa responden paling banyak menyatakan setuju (S) sebanyak 24 orang (50%), responden yang menyatakan Sangat Setuju (SS) sebanyak 21 orang (43,8%), Tidak Setuju (TS) sebanyak 3 orang (6,3%) dan Sangat Tidak Setuju (STS) tidak ada Maka dapat disimpulkan

jawaban yang paling dominan adalah jawaban Setuju bahwa para responden mengetahui brand sepatu lokal Aerostreet melalui akun instagram @aerostreet

Tabel 4.30

Responden mengetahui hasil produk sepatu kolaborasi Aerostreet dengan kfc melalui akun instagram @aerostreet

| Pertanyaan | Frekuensi | Presentasi |
|---------------------|------------------|-------------------|
| Sangat Tidak Setuju | 0 | 0% |
| Tidak Setuju | 1 | 2,1% |
| Setuju | 29 | 60,4% |
| Sangat Setuju | 18 | 37,5% |
| Total | 48 | 100% |

Berdasarkan dari table 4.30 menunjukkan bahwa responden paling banyak menyatakan setuju (S) sebanyak 29 orang (60,4%), responden yang menyatakan Sangat Setuju (SS) sebanyak 18 orang (37,5%), Tidak Setuju (TS) sebanyak 1 orang (2,1%) dan Sangat Tidak Setuju (STS) tidak ada Maka dapat disimpulkan jawaban yang paling dominan adalah jawaban Setuju bahwa para responden mengetahui hasil produk sepatu kolaborasi Aerostreet dengan kfc melalui akun instagram @aerostreet

c. Evaluation of alternatives

Tabel 4.31

Sebelum melakukan pembelian produk, responden membandingkan produk sepatu Aerostreet dengan produk sepatu lainnya

| Pertanyaan | Frekuensi | Presentasi |
|---------------------|------------------|-------------------|
| Sangat Tidak Setuju | 0 | 0% |
| Tidak Setuju | 1 | 2,1% |
| Setuju | 23 | 47,9% |
| Sangat Setuju | 24 | 50% |
| Total | 48 | 100% |

Berdasarkan dari tabel 4.31 menunjukkan bahwa responden paling banyak menyatakan Sangat Setuju (SS) sebanyak

24 orang (50%), responden yang menyatakan Setuju (S) sebanyak 23 orang (47,9%), Tidak Setuju (TS) sebanyak 1 orang (2,1%) dan Sangat Tidak Setuju (STS) tidak ada. Maka dapat disimpulkan jawaban yang paling dominan adalah jawaban Sangat Setuju bahwa para responden sebelum melakukan pembelian produk, responden membandingkan produk sepatu Aerostreet dengan produk sepatu lainnya.

Tabel 4.32

Responden lebih memilih produk sepatu kolaborasi antara Aerostreet dengan KFC dibandingkan produk kolaborasi sepatu lainnya

| Pertanyaan | Frekuensi | Presentasi |
|---------------------|------------------|-------------------|
| Sangat Tidak Setuju | 0 | 0% |
| Tidak Setuju | 3 | 6,3% |
| Setuju | 29 | 60,4% |
| Sangat Setuju | 16 | 33,3% |
| Total | 48 | 100% |

Berdasarkan dari tabel 4.32 menunjukkan bahwa responden paling banyak menyatakan setuju (S) sebanyak 29 orang (60,4%), responden yang menyatakan Sangat Setuju (SS) sebanyak 16 orang (33,3%), Tidak Setuju (TS) sebanyak 3 orang (6,3%) dan Sangat Tidak Setuju (STS) tidak ada. Maka dapat disimpulkan jawaban yang paling dominan adalah jawaban Setuju bahwa para responden lebih memilih produk sepatu kolaborasi antara Aerostreet dengan KFC dibandingkan produk kolaborasi sepatu lainnya.

Tabel 4.33

Responden memilih Aerostreet karena memiliki berbagai macam model sepatu yang saya butuhkan

| Pertanyaan | Frekuensi | Presentasi |
|---------------------|------------------|-------------------|
| Sangat Tidak Setuju | 1 | 2,1% |
| Tidak Setuju | 5 | 10,4% |
| Setuju | 18 | 37,5% |
| Sangat Setuju | 24 | 50% |
| Total | 48 | 100% |

Berdasarkan dari tabel 4.33 menunjukkan bahwa responden paling banyak menyatakan Sangat Setuju (SS) sebanyak 24 orang (50%), responden yang menyatakan Setuju (S) sebanyak 18 orang (37,5%), Tidak Setuju (TS) sebanyak 5 orang (10,4%), dan Sangat Tidak Setuju (STS) sebanyak 1 orang (2,1%) Maka dapat disimpulkan jawaban yang paling dominan adalah jawaban Sangat Setuju bahwa para responden memilih Aerostreet karena memiliki berbagai macam model sepatu yang responden butuhkan

Tabel 4.34

Responden memilih produk kolaborasi sepatu Aerostreet dengan KFC karena rating yang bagus

| Pertanyaan | Frekuensi | Presentasi |
|---------------------|------------------|-------------------|
| Sangat Tidak Setuju | 0 | 0% |
| Tidak Setuju | 2 | 4,2% |
| Setuju | 26 | 54,2% |
| Sangat Setuju | 20 | 41,7% |
| Total | 48 | 100% |

Berdasarkan dari tabel 4.34 menunjukkan bahwa responden paling banyak menyatakan setuju (S) sebanyak 26 orang (54,2%), responden yang menyatakan Sangat Setuju (SS) sebanyak 20 orang (41,7%), Tidak Setuju (TS) sebanyak 2 orang (4,2%) dan Sangat Tidak Setuju (STS) tidak ada Maka dapat disimpulkan jawaban yang paling dominan adalah jawaban Setuju bahwa para

responden memilih produk kolaborasi sepatu Aerostreet dengan KFC karena rating yang bagus

d. Purchase decision

Tabel 4.35

Setelah mengevaluasi dari informasi yang didapatkan, responden membeli produk sepatu kolaborasi Aerostreet dengan kFC karena sesuai dengan kebutuhan saya

| Pertanyaan | Frekuensi | Presentasi |
|---------------------|------------------|-------------------|
| Sangat Tidak Setuju | 0 | 0% |
| Tidak Setuju | 4 | 8,3% |
| Setuju | 23 | 47,9% |
| Sangat Setuju | 21 | 43,8% |
| Total | 48 | 100% |

Berdasarkan dari tabel 4.35 menunjukkan bahwa responden paling banyak menyatakan setuju (S) sebanyak 23 orang (47,9%), responden yang menyatakan Sangat Setuju (SS) sebanyak 21 orang (43,8%), Tidak Setuju (TS) sebanyak 4 orang (8,3%) dan Sangat Tidak Setuju (STS) tidak ada. Maka dapat disimpulkan jawaban yang paling dominan adalah jawaban Setuju bahwa para responden mengevaluasi dari informasi yang responden dapatkan, responden membeli produk sepatu kolaborasi Aerostreet dengan KFC karena sesuai dengan kebutuhan responden.

Tabel 4.36

Responden lebih memilih membeli produk kolaborasi sepatu Aerostreet dengan KFC dibandingkan dengan produk sepatu kolaborasi lainnya

| Pertanyaan | Frekuensi | Presentasi |
|---------------------|------------------|-------------------|
| Sangat Tidak Setuju | 0 | 0% |
| Tidak Setuju | 3 | 6,3% |
| Setuju | 28 | 58,3% |
| Sangat Setuju | 17 | 35,4% |
| Total | 48 | 100% |

Berdasarkan dari tabel 4.36 menunjukkan bahwa responden paling banyak menyatakan setuju (S) sebanyak 28 orang (58,3%), responden yang menyatakan Sangat Setuju (SS) sebanyak 17 orang (35,4%), Tidak Setuju (TS) sebanyak 3 orang (6,3%) dan Sangat Tidak Setuju (STS) tidak ada Maka dapat disimpulkan jawaban yang paling dominan adalah jawaban Setuju bahwa para responden lebih memilih membeli produk kolaborasi sepatu Aerostreet degan KFC dibandingkan dengan produk sepatu kolaborasi lainnya

E. Postpurchase behavior

Tabel 4.37

Responden merasa puas dengan pembelian produk kolaborasi sepatu Aerostreet dengan KFC

| Pertanyaan | Frekuensi | Presentasi |
|---------------------|------------------|-------------------|
| Sangat Tidak Setuju | 0 | 0% |
| Tidak Setuju | 3 | 6,3% |
| Setuju | 24 | 50% |
| Sangat Setuju | 21 | 43,8% |
| Total | 48 | 100% |

Berdasarkan dari tabel 4.37 menunjukkan bahwa responden paling banyak menyatakan setuju (S) sebanyak 24 orang (50%), responden yang menyatakan Sangat Setuju (SS) sebanyak 21 orang (43,8%), Tidak Setuju (TS) sebanyak 3 orang (6,3%) dan Sangat Tidak Setuju (STS) tidak ada Maka dapat disimpulkan jawaban yang paling dominan adalah jawaban Setuju bahwa para responden merasa puas dengan pembelian produk kolaborasi sepatu Aerostreet dengan KFC

Tabel 4.38

Responden akan merekomendasikan produk sepatu kolaborasi Aerostreet dengan KFC kepada orang lain

| Pertanyaan | Frekuensi | Presentasi |
|---------------------|------------------|-------------------|
| Sangat Tidak Setuju | 0 | 0% |
| Tidak Setuju | 3 | 6,3% |
| Setuju | 21 | 43,8% |
| Sangat Setuju | 24 | 50% |
| Total | 48 | 100% |

Berdasarkan dari tabel 4.38 menunjukkan bahwa responden paling banyak menyatakan Sangat Setuju (SS) sebanyak 24 orang (50%), responden yang menyatakan Setuju (S) sebanyak 21 orang (43,8%), Tidak Setuju (TS) sebanyak 3 orang (6,3%) dan Sangat Tidak Setuju (STS) tidak ada. Maka dapat disimpulkan jawaban yang paling dominan adalah jawaban Sangat Setuju bahwa para responden akan merekomendasikan produk sepatu kolaborasi Aerostreet dengan KFC kepada orang lain.

Tabel 4.39

Responden akan memberikan review atau ulasan yang baik di akun Instagram @aerostreet mengenai hasil produk sepatu kolaborasi Aerostreet dengan KFC

| Pertanyaan | Frekuensi | Presentasi |
|---------------------|------------------|-------------------|
| Sangat Tidak Setuju | 0 | 0% |
| Tidak Setuju | 0 | 0% |
| Setuju | 29 | 60,4% |
| Sangat Setuju | 19 | 39,6% |
| Total | 48 | 100% |

Berdasarkan dari tabel 4.39 menunjukkan bahwa responden paling banyak menyatakan setuju (S) sebanyak 29 orang (60,4%), responden yang menyatakan Sangat Setuju (SS) sebanyak 19 orang (39,6%), Tidak Setuju (TS) tidak ada dan Sangat Tidak Setuju (STS) tidak ada. Maka dapat disimpulkan jawaban yang paling dominan adalah jawaban Setuju bahwa para responden akan

memberikan review atau ulasan yang baik di akun Instagram @aerostreet mengenai hasil produk sepatu kolaborasi Aerostreet dengan KFC

Tabel 4.40

Responden mempunyai keinginan untuk melakukan pembelian ulang produk sepatu kolaborasi antara Aerostreet dengan KFC

| Pertanyaan | Frekuensi | Presentasi |
|---------------------|------------------|-------------------|
| Sangat Tidak Setuju | 0 | 0% |
| Tidak Setuju | 2 | 4,2% |
| Setuju | 25 | 52,1% |
| Sangat Setuju | 21 | 43,8% |
| Total | 48 | 100% |

Berdasarkan dari tabel 4.40 menunjukkan bahwa responden paling banyak menyatakan setuju (S) sebanyak 25 orang (52,1%), responden yang menyatakan Sangat Setuju (SS) sebanyak 21 orang (43,8%), Tidak Setuju (TS) sebanyak 2 orang (4,2%) dan Sangat Tidak Setuju (STS) tidak ada. Maka dapat disimpulkan jawaban yang paling dominan adalah jawaban Setuju bahwa para responden mempunyai keinginan untuk melakukan pembelian ulang produk sepatu kolaborasi antara Aerostreet dengan KFC

4.2.4 Rekapitulasi Variabel X dan Y

Tabel 4.41

Rekapitulasi Variabel (X) *Co -Branding*

| No | Pernyataan | Mean |
|----|------------|------|
| 1 | 1 | 3,48 |
| 2 | 2 | 3,35 |
| 3 | 3 | 3,35 |
| 4 | 4 | 3,17 |
| 5 | 5 | 3,25 |
| 6 | 6 | 3,31 |
| 7 | 7 | 3,29 |
| 8 | 8 | 3,06 |
| 9 | 9 | 3,48 |
| 10 | 10 | 3,35 |
| 11 | 11 | 3,44 |
| 12 | 12 | 3,39 |
| 13 | 13 | 3,39 |
| 14 | 14 | 3,35 |
| 15 | 15 | 3,52 |
| 16 | 16 | 3,44 |
| 17 | 17 | 3,29 |
| 18 | 18 | 3,42 |
| 19 | 19 | 3,31 |
| 20 | 20 | 3,25 |

| | | |
|-----------|----|-------|
| 21 | 21 | 3,44 |
| 22 | 22 | 3,35 |
| Jumlah | | 73,68 |
| Rata-Rata | | 3,34 |

Sumber : hasil perhitungan spss

Dari hasil rekapitulasi pada tabel 4.41 diatas, secara keseluruhan reponden menilai bahwa variabel (X) *Co-Branding* memiliki hasil nilai rata rata keseluruhan jawaban responden sebesar 3,34.

Tabel 4.42

Rekapitulasi Variabel (Y) Keputusan pembeli

| No | Pernyataan | Mean |
|----|------------|------|
| 1 | 1 | 3,19 |
| 2 | 2 | 3,31 |
| 3 | 3 | 3,39 |
| 4 | 4 | 3,29 |
| 5 | 5 | 3,37 |
| 6 | 6 | 3,35 |
| 7 | 7 | 3,48 |
| 8 | 8 | 3,27 |
| 9 | 9 | 3,35 |
| 10 | 10 | 3,37 |
| 11 | 11 | 3,35 |
| 12 | 12 | 3,29 |
| 13 | 13 | 3,37 |

| | | |
|-----------|----|-------|
| 14 | 14 | 3,43 |
| 15 | 15 | 3,39 |
| 16 | 16 | 3,39 |
| Jumlah | | 53,65 |
| Rata-Rata | | 3,55 |

Sumber : hasil perhitungan spss

Dari hasil rekapitulasi pada table 4.42 diatas, secara keseluruhan reponden menilai bahwa variabel (Y) Keputusan Pembeli memiliki hasil nilai rata rata keseluruhan jawaban responden sebesar 3,55.

4.2.5 Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas Kolmogorov smirnov merupakan bagian dari Uji Asumsi klasik. Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah nilai residual berdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki nilai residual yang berdistribusi normal. Dasar yang digunakan dalam pengambilan keputusan yaitu untuk melihat dari angka probabilitas dengan ketentuan sebagai berikut:
 1. Apabila nilai signifikansi $> 0,05$, maka hipotesis diterima karena data tersebut terdistribusi secara normal.
 2. Apabila nilai signifikansi $< 0,05$, maka hipotesis ditolak karena data tidak terdistribusi secara normal.

Tabel 4.43
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

| | | | Unstandardized Residual |
|--|----------------|--|-------------------------|
| N | | | 48 |
| Normal Parameters ^a , | Mean | | .0000000 |
| | Std. Deviation | | 2.44683066 |
| Most Extreme Differences | | | |
| | Absolute | | .101 |
| | Positive | | .101 |
| | Negative | | -.070 |
| Test Statistic | | | .101 |
| Asymp. Sig. (2-tailed) ^c | | | .200 ^d |
| Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^e | Sig. | | .238 |
| 99% Confidence Interval | Lower Bound | | .227 |
| | Upper Bound | | .249 |

- a. Test distribution is Normal.
 b. Calculated from data.
 c. Lilliefors Significance Correction.
 d. This is a lower bound of the true significance.
 e. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 2000000.

Sumber: Hasil Perhitungan SPSS

Berdasarkan Tabel 4.43 diatas dapat diketahui nilai *asyp.sig* sebesar 0,238 yang berarti lebih besar dari pada 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa **Data Berdistribusi Normal.**

2. Uji Linearitas bertujuan untuk mengetahui bentuk hubungan antara variabel bebas dengan variabel Ketentuan perhitngannya adalah jika nilai Sig > 0,05, berarti model regresi linier dan apabila nilai Sig < 0,05, maka model regresi tidak linier.

Tabel 4.44
ANOVA Table

| | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|------------------------------------|--------------------------|----------------|----|-------------|---------|-------|
| Co-Branding * Keputusan Pembeli | Between Groups | 763.721 | 15 | 50.915 | 9.980 | <,001 |
| | Linearity | 645.591 | 1 | 645.591 | 126.541 | <,001 |
| | Deviation from Linearity | 118.130 | 14 | 8.438 | 1.654 | .117 |
| | Within Groups | 163.258 | 32 | 5.102 | | |
| Total | | 926.979 | 47 | | | |

Sumber: Hasil Perhitungan SPSS

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai signifikan *Deviation from Linearity* 0,117 > 0,05. Maka dapat disimpulkan **Data Linear**.

4.2.6 Uji Regresi Linear Sederhana

Analisis Uji Regresi dilakukan untuk memperoleh sebuah gambaran pengaruh antara variabel independen (X) yaitu Pengaruh *Co-Branding* Aerostreet dengan KFC Terhadap variabel (Y) yaitu Keputusan pembeli, sebagai berikut ini adalah data hasil pengelolaan SPSS versi 24.0 for windows :

Tabel 4.45
Model Summary

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1 | .835 ^a | .696 | .690 | 2.473 |

a. Predictors: (Constant), *Co-Branding*

b. Dependent Variable: Keputusan Pembeli

Sumber: Hasil Perhitungan SPSS

Analisis Regresi yang digunakan pada bagian ini merupakan linier sederhana yang didasarkan pada hubungan fungsional ataupun kausal satu variabel independent (X) dengan satu variabel dependen (Y). R disebut juga koefisien korelasi antara variabel Pengaruh Co-Branding Aerostreet dengan KFC Terhadap Keputusan Pembeli

Analisis Regresi yang digunakan pada bagian ini merupakan linier sederhana yang didasarkan pada hubungan fungsional ataupun kausal satu variabel independent (X) dengan satu variabel dependen (Y). R disebut juga koefisien korelasi antara variabel Pengaruh Co-Branding Aerostreet dengan KFC Terhadap Keputusan Pembeli dengan nilai R adalah 0,835 yaitu diantara 0.800 – 1,000 artinya hubungan atau korelasi antar variabel Pengaruh Co-Branding Aerostreet dengan KFC terhadap Keputusan berpengaruh sangat kuat. Hal ini dapat dilihat dari:

1. 0,00 – 0,199 artinya sangat rendah atau lemah sekali
2. 0,200 – 0,399 artinya rendah atau lemah
3. 0,400 – 0,599 artinya cukup atau sedang
4. 0,600 – 0,799 artinya tinggi atau kuat
5. 0,800 – 1,000 artinya sangat tinggi atau sangat kuat

Sedangkan R Square disebut juga koefisien determinasi, dapat dibaca bahwa nilai R Square menunjukkan angka 0.696. , artinya variabel bebas (*Co-Branding*) mempengaruhi variabel terikat (Keputusan Pembeli) sebesar 69,6% sisanya sebesar 30,4% dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian ini. Nilai R square menunjukkan angka 0.696 atau 69.6% artinya Pengaruh *Co-Branding* Aerostreet dengan KFC berpengaruh dalam keputusan pembeli

Selanjutnya, yaitu analisi uji regresi linier sederhana yaitu analisis yang bertujuan untuk memperoleh berupa gambaran pengaruh antar X yaitu Pengaruh Co-Branding Aerostreet dengan KFC terhadap variabel Y yaitu Keputusan Pembeli. Berikut ini

adalah tabel ANOVA yang akan menunjukkan Pengaruh antara Variabel X dan Y, sebagai berikut :

Tabel 4.46

ANOVA^a

| Model | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|------------|----------------|----|-------------|---------|--------------------|
| Regression | 645.591 | 1 | 645.591 | 105.538 | <,001 ^b |
| Residual | 281.388 | 46 | 6.117 | | |
| Total | 926.979 | 47 | | | |

a. Dependent Variable: Keputusan Pembeli.

b. Predictors: (Constant): *Co-Branding*

Sumber: Hasil Perhitungan SPSS

Berdasarkan table 4,46 diatas, diperoleh nilai uji ANOVA yaitu nilai F sebesar 105.538 dengan nilai signifikan 0.01 karena nilai yang diperoleh lebih kecil dari 0.10 yaitu $0.00 < 0,10$ maka dapat disimpulkan bahwa variabel *Co-Branding* Aerostreet dengan KFC berpengaruh Terhadap Keputusan Pembeli.

Untuk dapat digunakan sebagai model regresi dalam memprediksi variabel terikat, maka angka probabilitas atau (sig) harus <0.10 . karena angka probabilitas (sig) $0,01 < 0,10$ maka model regresi ini layak untuk digunakan dalam memprediksi Pengaruh *Co-Branding* Aerostreet dengan KFC Terhadap Keputusan Pembeli.

Untuk Mengetahui persamaan Regresi yang bersifat signifikan dan garis regresi berbentuk linier, maka digunakan rumus regresi linear $Y = a+bx$,yaitu sebagaimana dilihat pada analisis sebagai berikut :

Tabel 4.47

Coefficients^a

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
|-------|-------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|-------|
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | 6.766 | 4.577 | | 1.478 | .146 |
| | Co-branding | .636 | .062 | .835 | 10.273 | <,001 |

a. Dependent Variable: Keputusan Pembeli

Sumber: Hasil Perhitungan SPS

Berdasarkan tabel di atas dapat dibuat persamaan regresi, sebagai berikut :

Rumus Regresi Linear

$$Y = a + bx$$

$$Y = 6,766 + 0,636 X$$

Keterangan :

Y = Keputusan Pembelian

X = Co-branding

a = nilai konstanta dari Unstandartized Coefficients. Dalam penelitian sebesar 6.766

b = nilai koefisien regresi. Dalam penelitian in sebesar 0,636

Maka berdasarkan keterangan diatas dapat dijelaskan persamaan regresi menjadi $Y = (6.766 + 0,636) X$. Apabila nilai $X = 0$ maka $Y = 6.766$ dan jika $x = 1$, maka $Y = 7,766$. Dapat diartikan, setiap peningkatan Co-branding Ventela X Jerome Polin sebesar 1, maka Keputusan Pembelian mengalami peningkatan menjadi 7.766.

4.2.7 Uji Hipotesis

Untuk mengetahui pengaruh signifikansi dari hasil penelitian terkait variabel X dengan variabel Y yang telah didapat maka untuk dilakukan hipotesis. Maka dengan demikian :

Jika t hitung $>$ t -tabel H_0 ditolak H_a diterima (ada pengaruh)

Jika t hitung $<$ t -tabel H_0 diterima H_a ditolak (tidak ada pengaruh)

$$\begin{aligned}
 n &= 48 \\
 r &= 0,835 \\
 t &= \frac{r\sqrt{(n-2)}}{\sqrt{(1-r^2)}} \\
 t &= \frac{0,835\sqrt{(48-2)}}{\sqrt{(1-0,835^2)}} \\
 t &= \frac{0,835\sqrt{(46)}}{\sqrt{(1-0,697)}} \\
 t &= \frac{0,835\sqrt{(46)}}{\sqrt{(0,303)}} \\
 t &= \frac{0,835 \times 6,78}{0,550} \\
 t &= \frac{5,66}{0,550} \\
 t &= 10,290
 \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil dari perhitungan yang telah dilakukan, nilai t hitung yaitu 10,290. Sedangkan dengan nilai t tabel dengan taraf kepercayaan 95% atau nilai signifikansi 5% (0,5 atau 0,025) dapat dicari sesuai dengan jumlah responden. Pada penelitian ini, jumlah responden (n) = 48, maka derajat $df = (48-2 = 46)$. Dengan derajat kebebasan 46 dan tingkat signifikansi 5%, maka didapatkan t tabel 2,012. Karena t hitung 10,290 $>$ t tabel 2,012. Maka H_0 ditolak dan H_1 diterima yang

berarti ada pengaruh yang terbukti signifikansi antara Co-branding terhadap keputusan pembelian Aerostreet dengan KFC.

4.2.8 Pembahasan Hasil Penelitian

1. **Mengukur Co Branding KFC pada *followers* Instagram @aerostreet.** Diketahui bahwa pernyataan variabel X (*Co-Branding*) telah melewati tahap uji validitas dan reliabilitas, bertujuan untuk memastikan alat ukur yang digunakan valid dan reliabel. Hasil Uji Validitas menunjukkan adanya butir-butir pernyataan variabel X yang valid dengan, jumlah pernyataan 22 pernyataan. Setelah semua butir pernyataan dari variabel X dikatakan valid, selanjutnya dilakukan uji reliabilitas untuk mengetahui tingkat reliabel dari setiap butir-butir pernyataan. Hasil yang didapatkan pada uji reliabilitas variabel X yaitu sebesar 0.927 yang jika dicocokkan dengan tabel tingkat reliabilitas memiliki hasil yang reliabel. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel X (*Co-Branding*) memiliki hasil yang reliabel. Nilai rata-rata jawaban responden pada variabel X (*Co-Branding*) sebesar 3,34. Diketahui dari semua indikator pada variabel X (*Co-Branding*) indikator penggabungan yang unik yaitu pada pernyataan (X15) “Saya merasa hasil produk sepatu kolaborasi brand Aerostreet dengan KFC adalah kolaborasi brand yang sangat unik”, yang memiliki nilai rata-rata (mean) tertinggi sebesar 3,52. Sedangkan nilai rata-rata (mean) terendah sebesar 3,06 terdapat pada indikator merek yang cukup kuat yaitu pada pernyataan (X8) ”Saya memikirkan hasil produk sepatu kolaborasi brand Aerostreet dengan KFC ketika saya menggunakan produk sepatu hasil kolaborasi brand lain”
2. **Mengukur keputusan pembelian pada *followers* Instagram @aerostreet** Diketahui bahwa Variabel Y (Keputusan Pembeli), telah melewati tahap Uji Validitas dan Uji Reliabilitas bertujuan

untuk memastikan alat ukur yang digunakan valid dan reliabel. Hasil Uji Validitas menunjukkan adanya butir-butir pernyataan variabel Y yang valid dengan jumlah pernyataan sebanyak 16 pernyataan. Setelah semua butir pernyataan dari variabel Y (Keputusan Pembelian) dikatakan valid, selanjutnya dilakukan uji reliabilitas untuk mengetahui tingkat reliabel dari setiap butir-butir pernyataan. Hasil yang didapatkan pada uji reliabilitas variabel Y (Keputusan Pembelian) yaitu sebesar 0.917 yang jika dicocokkan dengan tabel tingkat reliabilitas memiliki hasil yang reliabel. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel Y (Keputusan Pembelian) memiliki hasil yang reliabel. Nilai rata-rata jawaban responden pada variabel Y (Keputusan pembeli) adalah sebesar 3,55. Diketahui dari semua indikator pada variabel Y (Keputusan Pembeli) indikator Evaluation of Alternatives pada pernyataan (Y7) “Sebelum melakukan pembelian produk, saya membandingkan produk sepatu Aerostreet dengan produk sepatu lainnya”, yang memiliki nilai rata-rata 3,48. Sedangkan nilai rata-rata (mean) terendah sebesar 3,19 terdapat pada indikator problem recognition yaitu pada pernyataan (Y1) “Saya tertarik membeli produk sepatu hasil kolaborasi brand Aerostreet dengan KFC, karena rekomendasi atau testimoni dari orang lain”

3. **Mengukur Pengaruh Co-Branding Aerostreet dengan KFC terhadap Keputusan pembelian pada Followers akun Instagram @aerostreet.** Pada penelitian ini membahas dua variabel, yaitu *Co-Branding*, variabel X dan keputusan pembeli, variabel Y. Penelitian ini dilakukan kepada 48 responden yang dijadikan sampel yaitu merupakan followers akun Instagram @aerostreet. Diketahui bahwa mayoritas responden berjenis kelamin laki-laki berjumlah 30 orang dengan presentase 54,7%, sedangkan perempuan berjumlah 18 orang dengan presentase 37,5%. Identitas lainnya mayoritas responden berusia 21-25 tahun sebanyak 29 orang

dengan presentase 60,4%, 26-30 tahun sebanyak 29,2%, 15-20 sebanyak 3 orang dengan presentase 6,3% dan 30> sebanyak 2 orang dengan presentase 4,2 % Berdasarkan perhitungan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Co-Branding* Aerostreet dengan KFC terhadap keputusan pembelian pada *followers* Instagram Ventela. Penelitian ini dilakukan kepada 133 responden yaitu *followers* @aerostreet. Berdasarkan data dari SPSS for windows, besarnya pengaruh dapat dilihat dari perolehan R yang biasa disebut sebagai koefisien korelasi. Maka dapat dibaca nilai R atau koefisien korelasi antara Pengaruh *Co-Branding* Aerostreet dengan KFC terhadap Keputusan Pembeli sebesar 0,835 yang artinya hubungan atau korelasi antara variabel (X) *Co-Branding* berpengaruh terhadap Keputusan Pembeli. Hasil dari perhitungan R square atau bisa disebut juga koefisien determinasi sebesar 0.696 yang artinya dengan angka ini dapat dikatakan bahwa variabel (X) Pengaruh *Co-Branding* Aerostreet dengan KFC mempengaruhi variabel (Y) Keputusan Pembeli sebesar 69,6% dan sisanya 30,4% yang dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian. Sementara itu, untuk membuktikan adanya pengaruh *Co-Branding* terhadap keputusan pembeli, maka dilakukann uji hipotesis. Hasil hipotesis yang diperoleh t hitung yaitu 10.290 dengan $df = 48 - 2 = 46$ dan t-tabel 2,012. Karena t-hitung $10.290 > t\text{-tabel } 2,012$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, dengan demikian dinyatakan bahwa adanya pengaruh antara *Co-branding* Aerostreet dengan KFC terhadap Keputusan Pembelian